

编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学号: 20051301249

UDC \_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

# 基于粒子群优化算法的商务模式演化研究

**A Study on the Evolution of Business Model Based on  
Particle Swarm Optimization Algorithm**

李 焯

指导教师姓名: 徐 迪 教授

专 业 名 称: 管理科学与工程

论文提交日期: 2008 年 4 月

论文答辩时间: 2008 年 6 月

学位授予日期:

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2008 年 4 月

# 厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。  
本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版,有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅,有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索,有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密 ( ), 在            年解密后适用本授权书。

2、不保密 ( )

(请在以上相应括号内打“√”)

作者签名:

日期:     年   月   日

导师签名:

日期: 2008 年 6 月 10 日

## 摘要

随着技术的进步、需求的变化和竞争的加剧，商务模式已经日渐成为企业的关注焦点，商务模式创新也给企业带来了前所未有的挑战，成为企业的必然选择。本文在介观商务模式的概念框架和基于复杂系统理论的商务模式创新的理论研究基础上，把商务模式创新视为商务模式的演化过程，从动态角度分析商务模式的演化规律，进而分析商务模式的创新规律。

本文在商务模式 NK 模型和广义 NK 模型的基础上，应用粒子群优化算法，建立基于粒子群优化算法的商务模式演化模型，分析具有不同复杂性的商务模式的演化特性和规律。对商务模式 NK 模型和广义 NK 模型的分析均表明，商务模式的适应度在总体上随着商务模式复杂性的增大而增大，同时在复杂性规模相同情况下，随结构复杂性增加而减少。自主创新与模仿创新参数同时增大时商务模式适应度值逐渐降低；当二者背向变化时，则结果显示模仿创新参数由大到小，自主创新参数由小到大的变化规律有利于演化进行。此外惯例参数由大变小的变化规律优于保持不变或由小变大的情形。

因此，演化过程中逐步增加商务模式相互作用规模复杂性的同时，应尽可能均匀分布商务模式组分间的相互作用关系；商务模式的演化不是追求最好的商务模式而是追求最适合的商务模式；新进入企业应该遵循先模仿后自主创新的商务模式创新规律，并且随着商务模式的演化，企业应当逐步的降低企业惯例对创新的影响作用，使企业不断推陈出新。

**关键词：**商务模式；粒子群优化算法；演化

## Abstract

With the advances in technology, changes in demand and intensifying competition, the business model has been paid more and more attention by enterprise. Business model innovation has been a greater challenge than ever before, and been a necessary choice. Based on the concept framework of mesoscopic approach to business model and the study of business model innovation on the basis of complex system theory, the thesis views the business model innovation as the evolution of business model, analyzes the rules of business model evolution from the point of view of dynamic evolution, and then analyzes the rules of business model innovation.

The thesis uses Particle Swarm Optimization algorithm and establishes the evolution models of business model based on NK model and generalized NK model of business model, then analyzes the characteristics and rules of evolution of different complex structure of business model. The analysis indicates that business model fitness increase with the complexity of the business model in general, when the complexity of scale is same, fitness reduce with the increasing complexity of the structure. The fitness of business model fall gradually when the parameters of independent innovation and imitation innovation increase at the same time, the results also show that the parameters of imitation innovation grow from large to small while the parameters of independent innovation grow from small to large would be good for evolution. In addition, the parameters of routine changes from large to small is better than maintain the same or change from small to large.

Therefore enterprise should arrange the interaction among components of business model at the same time of increasing complexity of the business model scale; the evolution of the business model is not pursuing the best business model but the most suitable business model; new enterprise should follow the rules that business model innovation must grow up from imitative innovation and then innovate by own, and enterprises also have to reduce the influence of routine gradually with the evolution of business model, leading enterprise to weed through the old to bring forth the new.

**Key Words:** Business Model; Particle Swarm Optimization Algorithm; Evolution

## 目 录

第 1 章 导言 .....	1
1.1 商务模式及其创新研究的综述 .....	1
1.2 商务模式演化及其研究意义 .....	4
1.3 研究方法 with 论文结构 .....	8
1.4 本章小结 .....	10
第 2 章 商务模式演化的模型描述 .....	11
2.1 商务模式创新的 NK 模型方法 .....	11
2.2 商务模式演化的粒子群优化算法 .....	20
2.3 本章小结 .....	24
第 3 章 基于粒子群优化算法的商务模式演化分析 .....	26
3.1 基于粒子群优化算法的商务模式演化模型 .....	26
3.2 基于粒子群优化算法的商务模式演化规律分析 .....	30
3.3 本章小结 .....	47
第 4 章 结论 .....	48
4.1 研究结论 .....	48
4.2 研究创新点 .....	49
4.3 进一步研究方向 .....	50
参考文献 .....	52
附录 .....	54
致 谢 .....	60

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1 A Survey on Research of Business Model and Its Innovation.....	1
1.2 The Evolution of Business Model and Significance of Research.....	4
1.3 The Method and Framework of the Research .....	8
1.4 Summary .....	10
<b>Chapter 2 The Description Model of Business Model Evolution.....</b>	<b>11</b>
2.1 NK model of Business Model Innovation.....	11
2.2 The Particle Swarm Optimization Algorithm of Business Model Evolution ...	20
2.3 Summary .....	24
<b>Chapter 3 Analysis on the Evolution of Business Model Based on</b>	
<b>Particle Swarm Optimization Algorithm .....</b>	<b>26</b>
3.1 The Evolution model of Business Model based on Particle Swarm	
Optimization Algorithm.....	26
3.2 Analysis on Rules of Business Model Evolution Based on Particle Swarm	
Optimization Algorithm.....	30
3.3 Summary .....	47
<b>Chapter 4 Conclusions .....</b>	<b>48</b>
4.1 Main Conclusions of the Study.....	48
4.2 The Innovation of the Study .....	49
4.3 Directions of Further Studies .....	50
<b>References.....</b>	<b>52</b>
<b>Appendix.....</b>	<b>54</b>
<b>Acknowledgments .....</b>	<b>60</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## 第1章 导言

随着企业竞争的日趋激烈化，商务模式创新已经成为现代企业关注的焦点。商务模式创新要求企业不断认识自身和外部环境以调整自己来适应变化，如同生物学中的物竞天择理论一样，商务模式创新伴随着企业的诞生、兴衰和消亡，是在连续的时间点上向前发展的演化过程。本章首先介绍商务模式的研究背景以及商务模式创新研究概述，提出商务模式的演化特性并分析其机理，从而明确商务模式演化研究对于当前企业管理的实践意义及其理论意义，最后阐述本文研究的方法、思路以及研究的框架。

### 1.1 商务模式及其创新研究综述

#### 1.1.1 商务模式的概念

随着社会经济的不断发展，商务模式的重要性日益受到人们的重视。著名的管理学大师彼得·德鲁克曾说过：“当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。”<sup>[1]</sup>这里的商业模式在研究中也称为商务模式。一个突发的灵感、一种创新的商务模式就有可能挖掘出极具潜力的市场，这在互联网时代体现得尤为明显。在上个世纪九十年代中期互联网形成企业的电子商务平台之后，许多年轻的创业者凭借着一个独特而新颖的商务模式就可以获得巨额风险投资，从而造就了大批的财富神话，如 Yahoo 网站、Google 搜索引擎等等。可以说，互联网络下的商务模式颠覆了人们对企业传统经营的理解，而也正是这个时期，商务模式的概念才成为一个时髦的术语流行于企业界并引起理论界的广泛关注。然而人们开始发现商务模式其实并不只是互联网公司的专利，它存在于任何一个企业组织之中，是企业赖以生存与发展的运作体系与手段。

目前关于商务模式的概念在理论界还没有统一的权威解释，总的说来大致可以分为三类：盈利模式论、价值创造模式论、体系论<sup>[2]</sup>。由于归纳的角度不同，商务模式在业界的名称也不尽相同如盈利模式、运营模式、商业模式等。盈利模式论将商务模式看作是指导企业如何在动态的环境中运作，盈利的机制。Afuah(2003)认为商务模式是企业为了达到盈利所付出的活动的总和，Magretta(2002)指出商务模式以指导企业

在商务活动中赚钱为基本目的，并强调商务模式的经济逻辑就是如何以合适的成本向客户提供价值<sup>[3][4]</sup>；价值创造模式论则认为商务模式是企业创造价值的模式。Thomas(2001)认为商务模式囊括了企业如何获得客户、如何为客户创造价值等问题，Afuah 和 Tucci(2001)将商务模式看成是公司的运作秩序，公司根据它来配置资源从而为客户提供更大的价值并形成竞争优势<sup>[2][5][6]</sup>。体系论强调商务模式的综合性，包括了相互间存在联系的内部结构和组织与外界要素的关系结构。Thomas(2001)表示商务模式是从事一项有利可图的业务所涉及的流程、客户、供应商、渠道、资源和能力的总体构造；罗珉、曾涛和周思伟(2005)也认为商务模式是一个企业在明确外部假设条件、内部资源和能力的前提下，用于整合组织本身、顾客、供应链伙伴、员工、股东或利益相关者来获取超额利润的一种战略创新意图和结构体系<sup>[2][5][7]</sup>。

从以上关于商务模式的定义中，三种理论分别从不同的角度阐述了商务模式作为企业价值创造及其实现方式和途径的内涵。然而我们认为商务模式作为企业商业运作的目标体系及手段与措施的集合，它必然涉及到了企业在多个管理层面上的系统整合与协同，因此商务模式研究应从体系论的着眼点上强调商务模式在要素与功能上的整体性与综合性，从一个更全面的角度对商务模式进行诠释。

### 1.1.2 介观商务模式的提出

在众多商务模式的相关理论中，翁君奕（2004）提出的介观商务模式的理论框架和价值分析体系作为商务模式体系论的典型代表，从另一个新颖的角度重新审视和剖析了商务模式。介观(mesosopic)是介于宏观与微观之间的一个层面。商务模式的宏观分析是根据企业外部的投入和产出环境来确定企业商务模式应有的特性，这种分析方法并不研究商务模式在企业内部的组成要素及其相互间的作用关系，只考虑环境对系统的作用以及系统对环境的响应。而商务模式的微观分析则是将企业的商务模式从专业职能的角度进行细分，如可以将企业分解为组织管理、战略管理、营销管理等各个具体的职能活动。研究内部各个组成要素及相互间的作用关系，从而由对组成要素内在规律认识的基础上达到把握系统的目的。这样的分析角度在企业管理中已经形成了相对完善的体系，但是有关内部职能之间的相互关系机制还不多见<sup>[8]</sup>。如前所述，体系论强调商务模式在企业内部各组成要素之间的整体协同性，因而从系统论的观点来看，采用这种传统的宏、微观分析角度势必在考虑企业具体资源与整个企业系统的整合协同上形成瓶颈。介观的分析角度则颠覆企业传统的职能划分方法，将企业的活

动环境分为客户环境、内部环境、伙伴环境、平台环境、顶板环境等五大经营环境。同时,考虑企业内外部之间的互动关系将企业的各项活动重新归类为客户界面、内部构造、伙伴界面、平台界面和顶板界面。其中客户界面、内部构造、伙伴界面构成企业的核心界面,也是企业商务模式的三个组成成分,简称组分。由于各个交互界面都包含了众多经营活动或要素,因此归纳起来介观商务模式包含了两个层次:(1)由客户界面、内部构造、伙伴界面三个组分构成的第一层次;(2)由各个界面下的众多经营活动或要素构成的第二层次<sup>[9]</sup>。基于上述的介绍,翁君奕(2004)将介观商务模式定义为核心界面中三个组分的有意义组合,并将商务模式比作一个“魔方”,它的创新就在于研究商务模式各组分之间、各要素之间甚至是组分与要素之间的关联关系和组合效应,从不同组合的涌现中发现创新点<sup>[9]</sup>。

介观商务模式区别于以往的商务模式理论,它明确的定义了商务模式的组成部分,同时通过对企业经营活动进行有别于传统职能划分方法的归类,充分考虑到了企业内、外部环境之间的互动关系,从研究系统内部组分不同组合的效应上来考察商务模式的整体效应。这样的方法不仅将商务模式的研究从企业战略管理研究或其它研究中独立出来,形成一个新的分析单元,而且为商务模式的科学定量化研究提供了一个完整的框架,进而为进一步研究奠定了概念和逻辑基础。本文此后将以介观商务模式理论作为概念基础。

### 1.1.3 商务模式的创新研究概述

鉴于介观商务模式理论的原创性与独特性,翁君奕等人(2003)还对介观商务模式创新的概念给予了新的定义与内涵。熊彼特提出的广义技术创新包括了产品创新、工艺创新、市场创新、供应来源创新和组织管理创新等五个方面,介观商务模式理论则对该划分方法重新进行了分类。根据商务模式组分的定义,市场创新、供应来源创新与组织管理创新分别属于客户界面、伙伴界面与内部构造的创新活动,因而有别于产品创新、工艺创新这两种与生产技术直接相关的狭义技术创新,其它三种创新属于商务模式创新的范畴<sup>[8]</sup>。

根据商务模式的上述定义,商务模式体现的是组分与要素的有意义组合,因此商务模式创新就是寻找商务模式组分与要素最佳组合的过程。由于各个界面所涵盖的要素数量巨大、形态各异且根据管理实际不同,组分与组分之间、要素与要素之间以及组分与要素之间的关系错综复杂,可以说,从本身的构成上商务模式组分与要素的组

合就反映出了其在规模和结构上的复杂特性。徐迪(2005)的基于复杂系统理论的商务模式创新研究以复杂系统理论为基础,系统的分析了商务模式的复杂系统特性,将商务模式视为典型的复杂系统,应用NK模型和广义NK模型方法建立了基于复杂系统理论的商务模式创新分析框架。通过对商务模式适应度地形的计算机模拟和统计分析,研究了商务模式性能与商务模式复杂性之间的关系,结果表明商务模式的性能与商务模式的复杂性相关,商务模式创新必须根据其复杂性特点采取不同的创新策略<sup>[8]</sup>。该研究开创了商务模式定量化研究的先河,从理论上论证了介观商务模式基本思想和概念体系的合理性与实践性,进一步充实了商务模式及其创新理论。此外,商务模式作为企业商业运作的主心骨,面对日趋激烈的市场竞争格局,该研究从科学的角度为企业商务模式的创新和选择提供了依据,有助于企业商务模式创新的核心竞争力形成。

## 1.2 商务模式演化及其研究意义

### 1.2.1 商务模式演化研究的必要性

徐迪(2005)基于复杂系统理论的商务模式创新研究以复杂系统为视角着重从商务模式复杂性的角度来考量商务模式规模及结构对其创新策略的影响,从静态上完整的分析了商务模式不同的复杂结构在创新中的特点与规律。然而,根据介观商务模式理论对企业经营环境的划分,任何企业都是在平台环境、顶板环境、客户环境、伙伴环境、和内部环境这五大环境下生存,企业商务模式不可避免地与环境存在互动机制。徐迪(2005)对商务模式的开放性、动态性、适应性、不确定性等七大复杂适应特性进行了详尽的分析,其中,商务模式系统的开放性意味着商务模式系统必然无时无刻不在通过交互界面与各个环境之间进行着物质、能量、和信息的交换;其次,商务模式系统的动态性表明了随着时间的尺度上商务模式是随着各个环境的变化而变化的,这种变化可能被动也可能主动;最后,商务模式系统的适应性也强调可将商务模式的每个组分视为适应性主体(agent),主体间不仅互相适应,而且各自还具有一定的学习能力,主动地适应环境。综上所述,当基于复杂适应系统理论来考察商务模式创新时,单纯地研究静态下商务模式复杂结构对创新策略的影响是不够的。商务模式不是孤立的、固定不变的,其创新是一个动态演化的过程。

### 1.2.2 商务模式演化的界定

演化(evolution)又称进化,它包含了两方面的含义<sup>[10]</sup>:演化是指事物由简单到复杂,由低级到高级逐渐演变、向前发展的过程;演化还可以指哲学意义上的发展,发展包括两个方面的意思:或增加或减少和或量变或质变。本文研究的商务模式演化是将商务模式视为一个复杂适应系统来考察其演化的过程。它强调商务模式系统从简单到复杂,从低级到高级的变化规律,重视内部组分之间以及它们与经营环境之间的关系,以群体企业为研究对象,揭示它们随时间发展变化的统计规律性,寻求其演化过程的策略与规律,使之朝着人们期望的方向发展。

### 1.2.3 商务模式演化的机理分析。

企业的商务模式的演化是根据其创新行为的惯例(routine)进行创新演化的。惯例是来自演化理论框架的概念。它的含义如同物理学中的“惯性”,而在进化理论中它指的是有机体持久不变的特点,并决定有机体可能有的行为。这种特性无论是在生物界还是在经济系统中都是广泛存在的。人类在改造客观世界中,不同的自然人个体总是存在不同的思维定势。同样的,任何经济系统在任何时候也都在它们的内部建立一套做事的方式和决定做什么的方式。Nelson 与 Winter(1982)在研究企业行为时应用惯例来解释企业的实际决策,认为惯例对企业的影响如同基因对生物体的作用一样,企业的经营行为都可以惯例的方式保存起来,企业因为惯例的存在能够对自身进行有效控制从而保持相对的稳定性<sup>[11]</sup>。但是惯例的含义并不意味着它在商务模式的演化中保持不变,企业往往需要通过不断地学习和创新来搜寻一种在现有环境下能够存活的惯例,此时,新惯例便成为支配企业下一个决策点行为的另一种方式。可以说,惯例是可以被遗传和被选择的。

事实也正是如此,商务模式的创新演化不是不受约束的去迎合环境变化,它受制于企业原本的发展路径和方式。商务模式的复杂系统特性决定了创新需要对其复杂的系统组分与元素进行改进和变革,这就需要不断地进行试验、调整与学习。调整大多数时候是渐进性的,如果步子跨得太大,就会在很多方面增加不确定性。有时,从一个轨道跳到另一个轨道所付出的代价是极大的甚至是不可能的。这说明商务模式搜索的方向受到企业现有积累能力的限制,受到现有产品和工艺等因素的限制。惯例的存在表明了商务模式创新过程中的有限灵活性,同在技术创新研究中广泛使用的概念“路径依赖”一样,今天的选择受到历史因素的影响,人们过去做出的选择决定了其现在

可能的选择。一旦进入某一路径，无论是好是坏，当前的选择就可能对这种路径产生依赖。沿着既定的路径，演化过程可能进入良性循环的轨道，迅速优化，也可能顺着原来错误路径往下滑，甚至被“锁定”在某种无效率的状态即局部最优解<sup>[12]</sup>。

惯例的演化不仅是继承的过程，而且是学习的过程。根据学习的来源不同，可以归纳为内外两部分：企业对自身过去创新经验的积累总结以及企业对产业群中优秀创新经验的学习模仿。在组织演化研究中，Anthony 等人(2005)将这两种来源称为：认知(cognitive)与社会(social)<sup>[13]</sup>。认知学习事实上可以理解为桑代克(Thorndike)的效果律。桑代克的效果律认为，行为会与刺激建立起联系。哪一种行为会被“记住”取决于这种行为产生的效果，即如果一个行为跟随着情景中一个满意的变化，那么在类似的情景中这个行为再次出现的可能性将增加，但是如果跟随着的是一个不满意的变化，这个行为出现的可能性将降低。该规律反映在商务模式适应度地形图的爬山过程中，体现为一旦某个创新行为导致商务模式适应度爬上山峰，就将提高今后创新者采用该行为的可能性。认知学习是一种隐性学习，是依赖于个体的不同体验和洞察力，它难以在个体间进行高效地，精确地沟通。而社会学习则是一种显性学习，是可以在

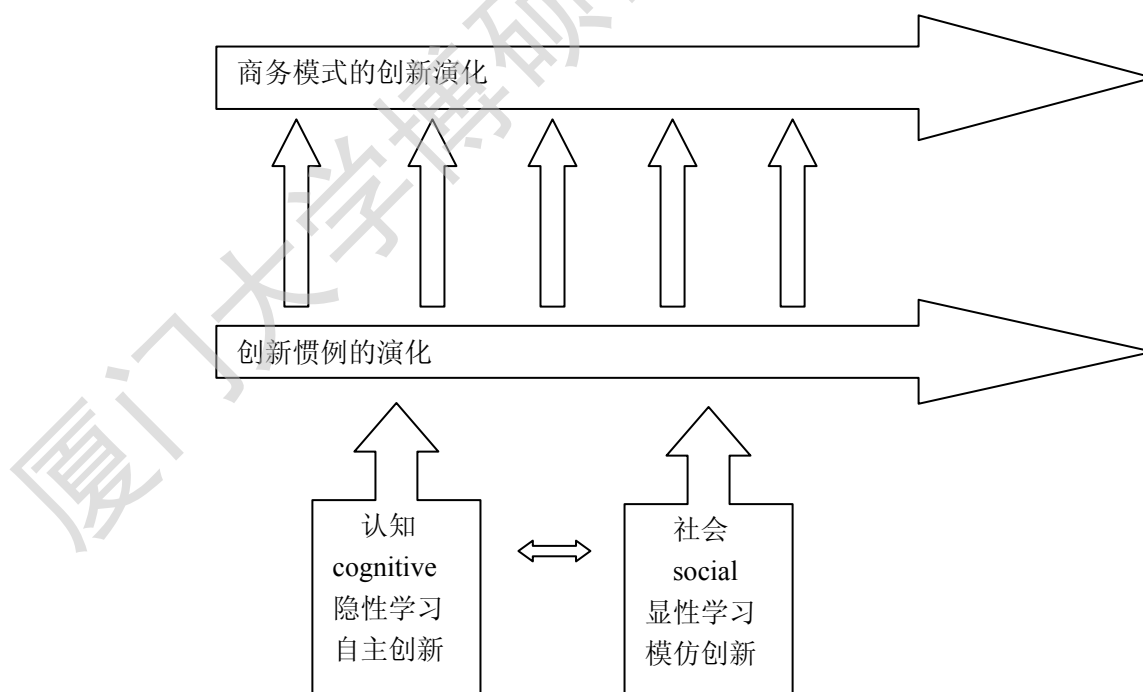


图 1-1: 商务模式演化过程

个体间以一种系统的方式进行精确沟通的学习。通俗的说，在商务模式演化中，企业

与企业之间的相互作用与沟通将自然的形成企业对行业内成功商务模式进行分析与模仿的学习机制。这种学习方式无论是在商务模式创新还是在企业管理的其他实践环节中都是普遍存在的。企业个体通过模仿与吸收群体中的优秀经验可以达到比认知学习更节约更快速的发展目的。此外，商务模式演化过程中认知部分与社会部分之间是一个相互关联，相互转化的过程。首先，隐性的学习外化为成功的商务模式之后，便可能成为其他企业的显性学习知识；其次，企业的显性学习外化为成功的商务模式之后，也可能成为自身企业的隐性学习知识<sup>[14]</sup>。

事实上，学习也是一种创新。商务模式的演化是伴随着惯例演化而进行的，根据这样的观点，创新体现在从旧惯例到新惯例的转变过程之中，在技术创新研究中，创新一般分为模仿创新与自主创新。模仿创新指的是通过模仿而进行的创新活动，自主创新则是相对于模仿而言的一种创造活动，是指通过拥有自主知识产权的独特的核心技术以及在此基础上实现新产品的价值的过程。即创新所需的核心技术来源于内部的技术突破，依靠自身力量、通过独立的研究开发活动而获得的。这里针对商务模式创新，模仿创新指的是在商务模式演化中创新来源于企业种群中最优个体的经历，对于当前个体的模仿创新来说，这种创新经历包含了最优个体的自主创新经历。而自主创新指的是在商务模式演化中创新来源于企业自身的过往经历，其中对于当前的自主创新来说，这种经历甚至包含了企业对过往模仿创新经历的消化与吸收。因此商务模式的自主创新、模仿创新同认知学习、社会学习是相对应的，并且同认知学习、社会学习一样是二者也是一个相互关联、相互转换的过程。

综上所述，新的惯例取决于三个因素：对旧惯例的继承、自主创新与模仿创新。商务模式的演化包括了在惯例的指导下为适应环境变化而进行的演化，也包括为了生存而进行的惯例本身的演化。惯例的演化在企业不断学习、创新中进行，并作用于企业原有商务模式使之逐步推进。可以说，商务模式演化就是惯例的创新过程，如图 1-1 示，这同 Nelson 与 Winter(1982)的观点相一致，组织中存在明晰的惯例来指导其创新过程，创新的结果就是创造出新的惯例<sup>[11]</sup>。

### 1.2.3 商务模式演化研究的意义

#### (1) 理论意义

到目前为止，由于商务模式在理论研究上还未形成权威的统一认识与体系，许多研究一般都停留在对商务模式进行简单描述或是商务模式的案例研究的层面上，缺乏

完整的,可供深入研究的结构体系。而介观商务模式理论的提出不仅为商务模式的分析提供了一套方法与框架,同时也为其科学化研究奠定了逻辑基础。目前有关介观商务模式的仿真研究,主要是停留在对商务模式静态的复杂性结构研究基础之上。虽然系统全面的分析了不同商务模式结构对创新策略的影响,但是商务模式复杂适应系统特性决定了单纯研究静态的复杂性结构对商务模式创新的影响是不完整的。从管理实践角度来说,企业的商务模式总在变化的经营环境中不断改良进化,它的创新实质上是一个动态演化的过程,因而有必要对商务模式演化进行系统的理论研究,提出适用于这一问题的指导结论。虽然企业商务模式问题已经引起了一些国内外学者的关注,但有关商务模式演化的定量研究,国内外的相关研究仍然没有涉及。

本文将以粒子群优化算法为基础,结合徐迪(2005)对商务模式的复杂性研究成果,将商务模式的动态演化性质引入到研究分析框架中来,更进一步研究商务模式演化机理并通过模型结果的统计分析,考察演化过程中惯例、认知学习与社会学习对演化的影响,进而总结出分析企业在商务模式创新动态过程中所遵循的一般规律与策略。本文的研究得到了一些新的理论成果,是对商务模式创新的补充,丰富了介观商务模式理论体系,并指出了有必要进一步研究的问题,具有重要的理论意义。

## **(2)现实意义**

在管理实践中,没有一种商务模式可以持久的给企业带来永恒的竞争优势,因此商务模式的演化创新成为了必要。商务模式创新已经成为继产品创新、技术创新之后又一企业相互竞争的焦点。商务模式创新是建立在时间轴上的演化过程。可以说,竞争不断,创新不断。商务模式对企业的重要性已是不言而喻,企业商务模式创新演化决定了企业的生死存亡。因此研究介观商务模式演化的规律,对指导企业的商务模式创新策略至关重要。那么,在商务模式演化过程中,企业如何调整自身的商务模式结构才能得以创新。而创新中,如何看待既往已有的旧模式,企业又该如何根据企业的发展现状协调自主创新与模仿创新的力度。本文的研究对上述的现实问题提供了科学化的研究与验证工具,具有一定的现实意义。

## **1.3 研究方法与论文结构**



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库